

# BAB I

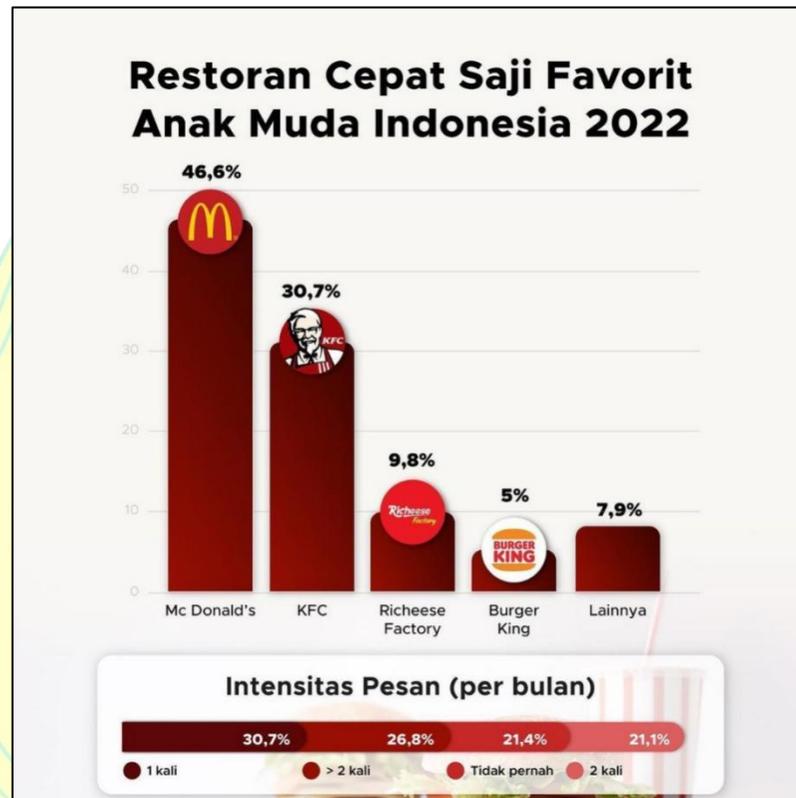
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi, terkhusus dalam bidang teknologi informasi telah berkembang dengan sangat pesat dan memiliki peranan yang krusial pada pertumbuhan organisasi dan bisnis. Teknologi ini memungkinkan pelaksanaan kegiatan dengan lebih cepat dan akurat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas masyarakat. Selain itu, dampak teknologi juga dirasakan pada perubahan gaya hidup sehari-hari masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Maka dari itu, perusahaan harus terus berinovasi sebagai bagian dari komitmennya untuk meningkatkan layanan yang lebih baik kepada masyarakat

Kegiatan yang sebelumnya mengharuskan pertemuan tatap muka secara langsung sekarang dapat dilakukan hanya dengan “Tekan” pada perangkat. Ini merupakan inovasi yang telah diterapkan oleh perusahaan terhadap perkembangan teknologi (Pudjarti et al., 2019). Selain tantangan dalam merancang situs yang menarik untuk mendorong pelanggan kembali ke situs tersebut, layanan pelanggan juga telah beralih sepenuhnya ke layanan elektronik. Penggunaan layanan elektronik saat ini sudah banyak dilakukan, salah satunya yaitu layanan *Self ordering kiosk* (SOK), layanan mandiri yang terhubung dengan situs web. *Self ordering kiosk* telah diterapkan diberbagai tempat seperti supermarket, bank, layanan umum seperti bandara, kereta api, bahkan beberapa restoran cepat saji seperti Mc Donald’s (Yesika, 2021). *Self ordering kiosk* memberikan manfaat yaitu memberikan kendali kepada pelanggan, menciptakan pengalaman yang baru kepada pelanggan, dapat meningkatkan penjualan perusahaan, dan membuka peluang untuk mengembangkan strategi pemasaran baru

Mc Donald's merupakan beberapa perusahaan di sektor makanan dan minuman yang telah menerapkan teknologi informasi. Mc Donald's juga salah satu restoran cepat saji terpopuler dan digemari masyarakat, sesuai dengan penelitian oleh Jurnal Data GoodStats (2022) sebagai berikut:



Sumber : <https://goodstats.id/infographic/>

**Gambar 1. 1 Restoran Cepat Saji Terpopuler**

Berdasarkan hasil penelitian di atas dalam kategori restoran cepat saji yang digemari anak muda di Indonesia pada tahun 2022 yaitu diposisi pertama yaitu Mc Donald's sebanyak 46.6% dengan intensitas pesanan lebih dari 2 kali, lalu diikuti oleh KFC sebanyak 30,7%, Richeese Factory 9,8%, Burger King sebanyak 5%, dan lainnya seperti AW, Pizza hut, Hoka-Hoka Bento dll sebesar 7,9%.

Kemudian menurut hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga local tahun 2024 oleh TOP Brand Award yaitu penghargaan yang diberikan oleh *Frontliner*

*Consulting Group* selaku penyelenggara *Market Research W&S* dengan melakukan survei yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. Mc Donald's berada pada posisi kedua dalam kategori restoran cepat saji dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Top Brand Index Restoran FastFood**

BRAND	TBI 2024
KFC	23,60%
MC Donald's	14,30%
Hoka-Hoka Bento	11,40%
Burger King	11,10%
A & W	9,00%
Richeese Factory	6,70%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Menurut laporan berita dari TEMPO.CO oleh Dian Andryanto (2022) menyampaikan bahwa Mc Donald's merupakan salah satu contoh restoran makanan cepat saji yang telah menggunakan teknologi baru guna meningkatkan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Mc Donald's Indonesia memperkenalkan mesin *Self ordering kiosk* pesanan mandiri layer sentuh. Mesin ini diluncurkan pada November 2018 di lima cabang Jakarta, yaitu Pondok Indah, Artha Gading, Bintaro, T.B Simatupang, dan Sarinah. Penggunaan layanan *Self ordering kiosk* yaitu upaya untuk memastikan kepuasan pelanggan dan memberikan kebebasan mereka dalam memilih menu makanan sendiri. Selain itu, adanya *Self ordering kiosk* juga membantu mengurangi antrian di konter pemesanan.

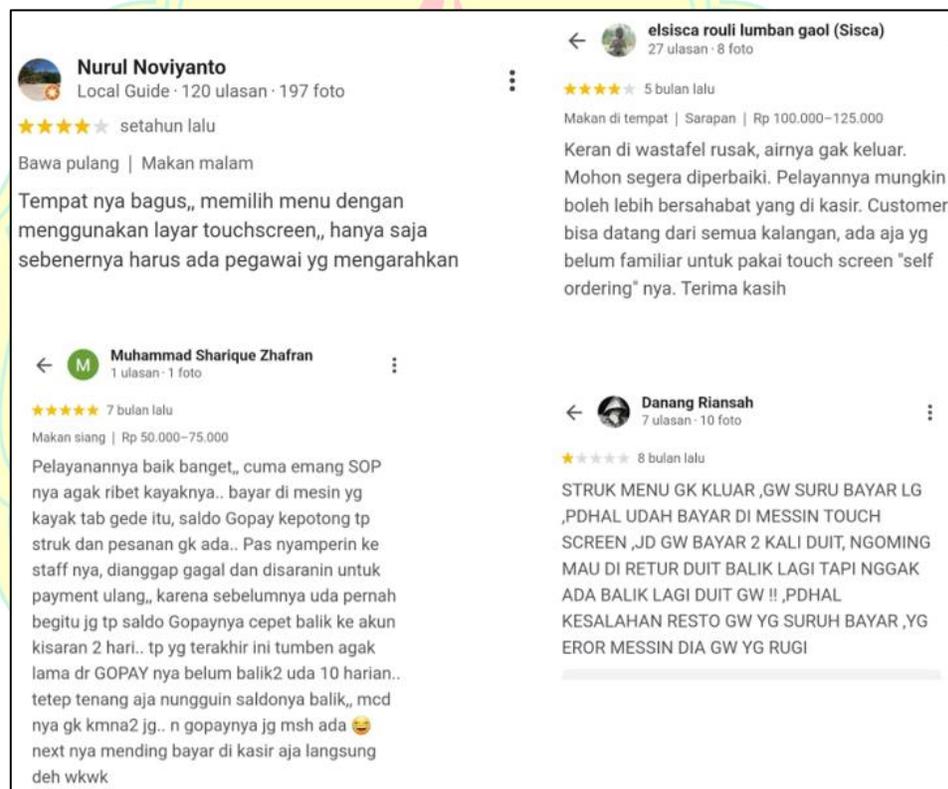
*Self ordering kiosk* yaitu solusi yang telah didesain untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan makanan secara mandiri (Teviningrum & Urfa, 2021). Kemudahan, manfaat, dan fitur layanan yang telah disediakan pada

*Self ordering kiosk* mampu meningkatkan masyarakat untuk menggunakannya, ketika produk memiliki kemudahan, manfaat, dan fitur layanan yang membantu mereka memesan makanan secara mandiri, masyarakat memutuskan untuk menggunakan *self ordering kiosk* (Amin, 2023). Menurut Prasetyo (2024) bahwa orang cenderung menggunakan teknologi informasi ketika mereka melihat manfaat positif yang dapat mereka peroleh. Persepsi Manfaat (*Perceived usefulness*) merujuk pada keyakinan individu terkait seberapa jauh penggunaan sistem bisa meningkatkan efektifitas mereka dalam memesan makanan. Selain itu, Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) juga mempunyai peran dalam keberhasilan *self ordering kiosk*.

Selain *Perceived usefulness* dan *Perceived Ease of Use* faktor lain yang bisa memberikan pengaruh minat seseorang dalam memanfaatkan perangkat digital adalah ketersediaan fitur layanan. Beragam fitur layanan yang ditawarkan *self ordering kiosk* membantu pelanggan dalam pemilihan menu makanan dan menyelesaikan transaksi dengan cepat dan praktis. *Self ordering kiosk* menyajikan berbagai fitur layanan, seperti pilihan menu makanan, minuman, dessert, dan berbagai menu-menu lain dari Mc Donald's. selain itu pelanggan juga memiliki beragam opsi pembayaran yaitu seperti pembayaran langsung di konter, penggunaan kartu kredit/debit, dan e-wallet Go-Pay. Fitur-fitur layanan yang terdapat pada *self ordering kiosk* sangat penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan membantu mereka melakukan pemesanan secara mandiri dengan mudah. Fitur-fitur ini berperan sebagai faktor pembeda dari produk yang serupa, sedangkan layanan yang diberikan memiliki sifat yang abstrak dan tidak memiliki kepemilikan dibandingkan dengan pesaing lainnya (Amin, 2023). Kehadiran fitur-fitur yang memungkinkan pelanggan memilih produk yang mereka inginkan dan pilihan pembayaran yang beragam menjadi kunci dalam persaingan perusahaan dengan produk yang serupa. Fitur-fitur tersebut juga berperan menciptakan

pengalamam yang lebih baik bagi pelanggan dan meningkatkan daya tarik pelanggan menggunakan *self ordering kiosk*.

Namun, usaha yang dilakukan Mc Donald's belum sejalan dengan yang diinginkan oleh pelanggan, berdasarkan pengamatan secara langsung oleh penulis dan beberapa ulasan dari pelanggan Mc Donald's, yaitu terdapat beberapa tantangan yang dihadapi pelanggan saat menggunakan *self ordering kiosk*, Berikut ulasan dari pelanggan Mc Donald's terkait *self ordering kiosk*.



Sumber : Ulasan Pelanggan di Google Map

### **Gambar 1. 2 Ulasan Pelanggan Mc Donald's terkait *Self ordering kiosk***

Dimana pada *self ordering kiosk* ini untuk beberapa orang yang masih awam akan merasa kesulitan untuk menggunakannya jika tidak dibantu oleh karyawan di sana. lalu saat ingin melakukan transaksi jika sudah lewat dari waktu yang ditentukan *self ordering kiosk* ini akan balik ke menu awal sehingga terjadi gagal

dalam pembayaran, dan *self ordering kiosk* ini membutuhkan waktu yang lama untuk mencetak struk sehingga membuat panjangnya antrian, kendala lainnya yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat akan kemudahan dan manfaat dari *self ordering kiosk*. Hal tersebut juga dirasakan oleh beberapa orang yang peneliti survey, menurut mereka *self ordering kiosk* untuk beberapa orang merasa sulit untuk digunakan jika tidak dibantu karyawan, lalu transaksi melalui Go-Pay yang tidak berhasil sehingga membuat antrian yang semakin panjang. Keadaan tersebut memungkinkan ketidakpuasan penggunaan sistem *self ordering kiosk* karena sistem ini belum memenuhi yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan, kemudian perlu adanya evaluasi terhadap sistem ini. Evaluasi merupakan salah satu Langkah untuk melakukan pengembangan dan perbaikan yang dapat menjaga minat seseorang dalam menggunakan *self ordering kiosk*.

Kesenjangan ini terjadi karena masyarakat kurang lihai dalam merasakan manfaat teknologi, lebih dari yang bisa mereka rasakan. Umumnya masyarakat cenderung memesan makanan hanya sebatas melalui konter pemesanan, sehingga hal inilah yang membuat seseorang tidak memiliki niat untuk menggunakan teknologi baru. Hal ini sesuai berdasarkan riset Oentoro (2021) yang mengatakan jika persepsi manfaat yang dirasakan semakin tinggi, maka akan semakin menarik minat seseorang untuk menggunakan *mobile payment*. Lalu penelitian selanjutnya oleh Kim (2018) yang mengatakan bahwa pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan platform internet terdapat pengaruh positif persepsi manfaat terhadap minat menggunakan platform internet. Serta penelitian terbaru oleh Ekşioğlu & Ural (2022) menghasilkan kesimpulan bahwasanya variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap dalam memanfaatkan aplikasi pembayaran seluler di Turki, untuk meningkatkan niat konsumen dalam penggunaan aplikasi pembayaran seluler maka perlu adanya faktor-faktor yang memenuhi minat mereka menggunakannya. Namun penelitian oleh Ernawati (2020) dan Subagio & Jessica (2020) Sebaliknya, hasil riset ini memperlihatkan

bahwasanya temuan tersebut tidak terlihat dampak yang signifikan terhadap kesediaan untuk memakai aplikasi OVO dan Mytelkomsel.

Faktor kedua yaitu kemudahan masyarakat dalam menggunakan teknologi, mereka merasa menggunakan teknologi adalah hal yang sangat susah. Umumnya faktor ini terjadi pada generasi antara usia 35-45 tahun, di mana mereka kurang memiliki waktu untuk memperlanjari teknologi. Terlebih lagi mereka pada umumnya juga lebih terbiasa memesan makanan melalui konter pemesanan. Hal ini juga selaras dengan temuan riset dari Oentoro (2021) yang mengungkapkan bahwasanya kemudahan dalam penggunaan mempunyai dampak positif terhadap perbedaan kepuasan penggunaan mobile money di Thailand. Dimana *mobile payment* sangat membantu dalam menggunakannya dan mudah untuk digunakan. Lalu penelitian oleh Kim (2018) mengatakan hal serupa bahwa persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi minat menggunakan *platform* internet, yang berarti makin mudah platform internet dipahami dan digunakan maka akan semakin besar minat pengguna dalam menggunakan *platform* internet. Penelitian terbaru oleh Ekşioğlu & Ural (2022) memperlihatkan bahwasanya kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang positif pada kepuasan penggunaan aplikasi pembayaran mobile. Namun hasil riset oleh Subagio & Jessica (2020) dan Ernawati (2020) menyatakan sebaliknya, kemudahan penggunaan dianggap tidak mempengaruhi keinginan untuk menggunakan aplikasi Mytelkomsel dan OVO.

Sementara faktor penghambat ketiga yaitu ketersediaan fitur layanan pada aplikasi. *Service features* merupakan karakteristik khusus, yang berfungsi sebagai pelengkap fungsi produk utama, menjadikan pembeda dengan produk pesaing (Meileny dan Wijaksana, 2020). Jika teknologi dapat menjelaskan segala bentuk informasi baik berupa tutorial penggunaan, serta produk yang ditawarkan baik dan jelas maka hal ini mampu menumbuhkan minat masyarakat *self ordering kiosk* secara terus-menerus (Amin, 2023). Berdasarkan penelitian oleh Sinemus et al.

(2022) menunjukkan bahwa fitur aplikasi online dalam toko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Penelitian berikutnya yaitu Helgayanti (2023) Memperlihatkan bahwa layanan tersebut bermanfaat dalam penggunaan layanan Mobile Banking BSI. Semakin tinggi kinerja layanan, semakin banyak individu yang merasa senang dalam memanfaatkannya. Selanjutnya hasil studi terbaru dari Rahayu & Fitriani (2023) Menurutnya, layanan berkaitan dengan keinginan untuk menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN. Fitur layanan merupakan hal yang bisa dipikirkan oleh masyarakat ketika menggunakan suatu produk dan masyarakat selalu mengikuti layanan yang ditawarkan dalam produk tersebut. Kepuasan nasabah terhadap layanan yang bekerja dalam menu mobile banking dan memenuhi kebutuhannya akan mempengaruhi kepuasannya terhadap penggunaan mobile banking. Namun penelitian oleh Umaningsih & Wardani (2020) dan Sari (2019) mengatakan sebaliknya bahasanya fitur layanan tidak memberikan pengaruh pada minat untuk memanfaatkan e-money.

Berdasarkan penjabaran tersebut, peneliti menganggap penting untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut terkait faktor yang melatarbelakangi masyarakat dalam penerimaan suatu teknologi, lebih spesifik tentang minat seseorang dalam menggunakan *self ordering kiosk* sebagai mesin untuk memesan makanan secara mandiri. Untuk melakukan pengujian penulis mengadopsi kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh (Davis, 1989) di mana penggunaan teknologi bergantung pada persepsi individu terhadap berbagai aspek. Persepsi manfaat ialah proses seseorang mengambil keputusan berdasarkan keyakinan. Seseorang akan merasa bahwa sistem informasi dapat digunakan dengan baik jika mereka memiliki keyakinan positif terhadap kemudahan penggunaan. Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*) yaitu evaluasi sikap pengguna terhadap sejauh mana suatu informasi bisa dimanfaatkan dengan mudah, apabila individu berpikir bahwa informasi itu susah untuk diaplikasikan, maka individu tersebut cenderung tidak akan menggunakannya.

Persepsi kemudahan penggunaan mengukur sejauh mana pengguna melihat bahwa sistem tidak memiliki hambatan di masa depan (Davis, 1989). Fitur yaitu elemen yang digunakan untuk membedakan suatu produk dari produk lainnya, fitur layanan ialah salah satu faktor yang memengaruhi minat masyarakat pada teknologi. Keuntungan yang dialami ialah faktor kunci dalam penerimaan teknologi, Hal ini mencerminkan seberapa jauh individu meyakini bahwa teknologi bisa mendukung efektivitas kinerjanya (Davis, 1989). Oleh karena itu, manfaat *self ordering kiosk* dapat diartikan sebagai dampak positif yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan teknologi tersebut. Fitur-fitur ini, bersama dengan fitur layanan, memainkan peran penting dalam kepuasan pengguna dan penerimaan teknologi.

Dari latar belakang yang telah peneliti jabarkan, maka peneliti mengangkat tema penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Self ordering kiosk* Pada Pelanggan Restoran Cepat Saji dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel *Intervening*”. Penulis berharap penelitian ini akan menghasilkan temuan yang bisa dimanfaatkan sebagai saran, bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan terkait dengan pengembangan *Self ordering kiosk* dalam rangka untuk meningkatkan performa pelayanan di Mc Donald’s.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah disampaikan, variabel yang akan menjadi inti penelitian adalah *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Service features*, *Intention to use*, dan *Attitude towards using*. Sehingga peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use Self ordering kiosk*?

2. Apakah *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use Self ordering kiosk*?
3. Apakah *Service features* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use Self ordering kiosk*?
4. Apakah *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude towards using Self ordering kiosk*?
5. Apakah *Perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude towards using Self ordering kiosk*?
6. Apakah *Service features* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude towards using Self ordering kiosk*?
7. Apakah *Attitude towards using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use Self ordering kiosk*?
8. Apakah *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use* melalui *Attitude towards using Self ordering kiosk*?
9. Apakah *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use* melalui *Attitude towards using Self ordering kiosk*?
10. Apakah *Service features* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use* melalui *Attitude towards using Self ordering kiosk*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari informasi dan pertanyaan penelitian di atas, tujuan dari studi ini ialah:

1. Untuk Menganalisis apakah *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use Self ordering kiosk*
2. Untuk Menganalisis apakah *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use Self ordering kiosk*
3. Untuk Menganalisis apakah *Service features* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use Self ordering kiosk*
4. Untuk Menganalisis apakah *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude towards using Self ordering kiosk*

5. Untuk Menganalisis apakah *Perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Attitude towards using Self ordering kiosk*
6. Untuk Menganalisis apakah *Service features* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude towards using Self ordering kiosk*
7. Untuk Menganalisis apakah *Attitude towards using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use Self ordering kiosk*
8. Untuk Menganalisis apakah *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use* melalui *Attitude towards using Self ordering kiosk*
9. Untuk Menganalisis apakah *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* melalui *Attitude towards using Self ordering kiosk*
10. Untuk Menganalisis apakah *Service features* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use* melalui *Attitude towards using Self ordering kiosk*

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, manfaat yang diharapkan peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Peneliti  
Penelitian ini untuk memberikan pengetahuan di dalam ranah bisnis digital khususnya hal-hal yang berkaitan dengan *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Service features*, *Intention to use*, dan *Attitude towards using* dalam menggunakan *Self ordering kiosk*
- 2) Bagi Perusahaan  
Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada Mc Donald's agar dapat meningkatkan kualitas layanan dan keamanan dalam menggunakan *self ordering kiosk*

3) Bagi Universitas Negeri Jakarta

Sebagai literatur akademis dan referensi bagi mahasiswa dalam beberapa tahun mendatang, serta dapat dimasukkan ke dalam jurnal ilmiah di perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan diterapkan pada masa yang akan datang.

4) Bagi Pembaca

Sebagai sumber pengetahuan dan wawasan baru bagi pembaca, temuan ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pembaca atau peneliti berikutnya, terutama dalam mempertimbangkan Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Service Features*, *Intention to use*, dan *Attitude Towards Using* dalam menggunakan *self ordering kiosk*.

